

IMPLEMENTASI SOFTWARE STORE MANAGEMENT SYSTEM (SMS) DALAM MENDUKUNG PROSES BISNIS PADA McDONALD'S KOTA BANDUNG

Novrini Hasti & Selvia Kanti Rahayu
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Komputer Indonesia, Bandung

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada McDonald's Kota Bandung yang menggunakan Software Store Management (SMS) dengan tujuan untuk mengetahui implementasi Software Store Management System (SMS) dalam mendukung proses bisnis di McDonald's.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner. Pengujian statistik yang digunakan adalah perhitungan korelasi pearson, analisis jalur, koefisien determinasi, uji hipotesis, dan juga menggunakan bantuan program aplikasi SPSS 12,0 For windows.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu tingkat kategori untuk tanggapan responden terhadap kualitas Software Store Management System (SMS) dinyatakan SANGAT BAIK dan tanggapan responden mengenai proses bisnis setelah adanya Software Store Management System (SMS) dinyatakan SANGAT BAIK, dengan tingkat kepercayaan sebesar 99% dihasilkan tingkat korelasi sangat kuat dan searah serta signifikan dalam mendukung proses bisnis dengan presentase dampak yang dihasilkan oleh Software Store Management System (SMS) terhadap proses bisnis yaitu sebesar 92,73% dan sisanya 7,27% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan uji z, didapatkan z_{hitung} sebesar 7,141 dan z_{tabel} sebesar 2,58 untuk $\alpha = 1\%$, maka dapat diketahui bahwa H_0 ada pada daerah penolakan, berarti H_1 diterima atau Software Store Management System (SMS) mendukung proses bisnis di McDonald's kota Bandung. Ini menunjukkan bahwa Software Store Management System (SMS) mendukung proses bisnis di kota Bandung.

Kata Kunci : software Store Management System (SMS), Proses Bisnis

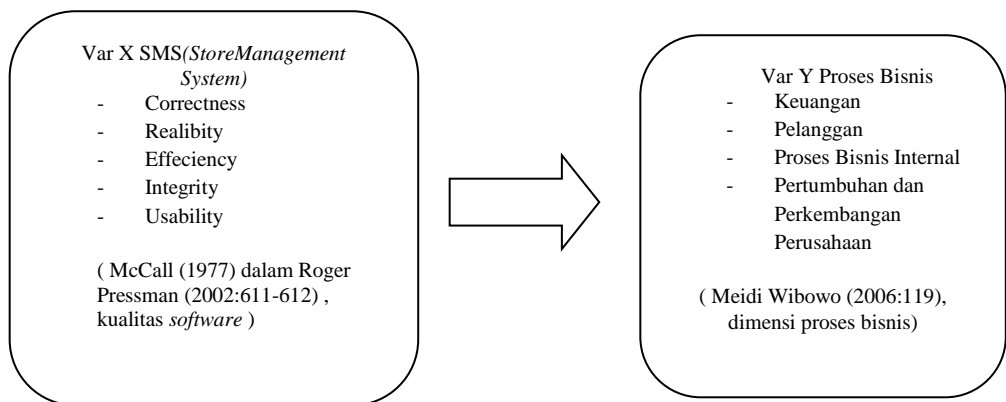
I. PENDAHULUAN

Dewasa ini perusahaan yang bergerak dalam bidang Restoran semakin menjamur di Indonesia. Walaupun seperti kita ketahui tidak semua lapisan masyarakat mengenal seluruh restoran yang bermunculan dan berkompotensi satu sama lain. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat pasti akan lebih tertarik pada restoran yang notabene memiliki standar kualitas rasa baik, serta harga yang relatif terjangkau. Semakin banyak restoran yang ada maka semakin ketat pula persaingan yang akan terjadi. Perusahaan yang memiliki kompetensi yang paling baik akan mampu bertahan dalam dunia persaingan. Hal yang paling mendasar adalah perusahaan harus mengetahui kompetensi yang dimilikinya. Untuk itu perusahaan membutuhkan sejumlah informasi yang akan digunakan sebagai pedoman dan dasar operasional perusahaan. Informasi merupakan data yang telah tersaring, terorganisir, terealisasi, dan saling berhubungan sehingga berguna untuk mencapai tujuan organisasi. Tak terkecuali McDonald's yang merupakan salah satu contoh restoran cepat saji yang tumbuh dan berkembang di Indonesia. Berdasarkan fenomena dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini maka McDonald's pun membutuhkan suatu sistem manajemen yang dapat memberikan kontribusi terhadap kelangsungan operasional kerja yang akan berdampak pada produktivitas store tersebut yang mengandung arti sebagai salah satu elemen proses bisnis yang dapat meningkatkan proses penjualan serta memperoleh keuntungan yang lebih dari mangsa pasar.

Menurut **Meidi Wibowo (2006:153)** proses bisnis dalam perusahaan adalah kumpulan dari banyak proses dan aktifitas. Proses tersebut dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan perolehan keuntungan yang dapat melebihi mangsa pasar, adapun strategi yang dilakukan adalah dengan mengorientasikan diri perusahaan pada kebutuhan dan kepuasan *customer*.

Fenomena tentang pemberlakuan CBIS (*Computer Based on Information System*) berkaitan erat dengan DSS (*Decission Support System*) atau lebih kita kenal sebagai sebagai proses pengambilan keputusan, dimana menurut **Mc Leod** DSS (*Decission Support System*) adalah penyediaan informasi mengenai keseluruhan kinerja bagi para eksekutif yang dimana dalam penelitian ini adalah seorang *Store Manager* tidak mungkin dilakukan secara manual melainkan didukung dengan sistem yang terkomputerisasi CBEIS (*Computer Base Executife Information System*). Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk dapat mempermudah pengelolaan proses bisnis maka dibutuhkan pula satu pendukung system yang terintegrasi pada komputerisasi sehingga mempermudah proses bisnis yang dilakukan oleh McDonald's. Proses bisnis yang dibahas kali ini adalah proses bisnis inti / utama yaitu proses penjualan sehari-hari yang dilakukan oleh restoran ini.

Skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1
Skema Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui jawaban terhadap masalah penelitian diperlukan Hipotesis. Hipotesis itu sendiri merupakan dugaan, asumsi atau kesimpulan sementara yang diajukan oleh seorang peneliti terkait dengan permasalahan yang dikaji. Sedangkan pengertian hipotesis secara umum yaitu jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris melalui suatu analisis (berdasarkan data di lapangan) dan kesimpulannya bersifat sementara.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ada maka penulis memiliki hipotesis bahwa “ Implementasi *Store Management System (SMS)* memiliki dampak terhadap proses bisnis di McDonald’s Kota Bandung “

II. LANDASAN TEORI

McCall memberikan penjelasan mengenai kualitas *software* sebagai berikut :

1. *Correctness* – sejauh mana suatu *software* memenuhi spesifikasi dan *mission objective* dari *users*

2. *Reliability* – sejauh mana suatu *software* dapat diharapkan untuk melaksanakan fungsinya dengan ketelitian yang diperlukan.

3. *Efficiency* – banyaknya sumber daya komputasi dan kode program yang dibutuhkan suatu *software* untuk melakukan fungsinya.

4. *Integrity* – sejauh mana akses ke *software* dan data oleh pihak yang tidak berhak dapat dikendalikan.

5. *Usability* – usaha yang diperlukan untuk mempelajari, mengoperasikan, menyiapkan input, dan mengartikan output dari *software*.

6. *Maintainabilitas* – usaha yang diperlukan untuk mencari dan membetulkan kesalahan pada sebuah program.

7. *Fleksibilitas* – usaha yang diperlukan untuk memodifikasi program operasional

8. *Testabilitas* – usaha yang diperlukan untuk menguji sebuah program untuk memastikan apakah program melakukan fungsi-fungsi yang dimaksudkan.

9. *Protabilitas* – usaha yang diperlukan untuk memindahkan program dari satu perangkat keras dan atau lingkungan system perangkat lunak ke yang lainnya

10. *Reusabilitas* – tingkat dimana sebuah program dapat digunakan kembali di dalam aplikasi yang lain yang berhubungan dengan kemasan dan ruang lingkup dari fungsi yang dilakukan oleh program

11. *Interoperabilitas* – Usaha yang diperlukan untuk merangkai satu system dengan system yang lainnya.

2.1. Software SMS (*Store Management System*)

SMS (*Store Management System*) adalah sebuah *software* yang digunakan oleh perusahaan McDonald's untuk mengelola data – data di store, baik berupa data dari *Par Register* yang berupa penjualan, *food paper cost*, *inventory* sampai pada pencapaian sales. Maka dibutuhkan sebuah sistem yang terintegrasi antara bahan jadi dengan bahan mentah beserta harga produksi maupun jualnya, agar terjadi sinkronisasi *food paper cost* dengan tujuan *loss profit* yang menjadi bagian dari proses bisnis di McDonald's. SMS (*Store Management System*) terintegrasi dengan infrastruktur TI yang berupa *computer manager* dengan *Par Register* ataupun POS (*Point of Sale*). dibuat atas dasar banyaknya produk yang diperlukan oleh proses bisnis. SMS (*Store Management System*) memberikan informasi ke *Par Register* tentang harga produk ataupun perubahan harga produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa SMS (*Store Management System*) sangat mempermudah pengolahan dan konsolidasi data dari penjualan hasil *key in crew counter* dengan penguraian *food paper cost* dari tiap produk yang di *key in*, dan pada akhirnya didapat data berupa laporan baik *sales*, *inventory* atau *food paper cost* yang dapat menentukan *profit* atau tidaknya proses bisnis yang dilakukan. Sehingga *Store Manager* dapat lebih

mudah melakukan pengontrolan ataupun pengambilan keputusan tentang kelangsungan store.

2.2. Proses Bisnis

Pengertian proses menurut **Meidi Wibowo (2006:150)** adalah *satu set aktifitas dan sumber daya yang terdefinisi dan menerima input serta merubahnya menjadi output.*

Pada proses bisnis dibutuhkan empat dimensi utama yang mesti dikelola dan diukur kinerjanya secara konstan dari waktu ke waktu. Pada dasarnya keempat dimensi diatas bersifat sinergis dan saling berhubungan erat secara hirarkis. Adapun keempat indikator dari dimensi yang terjadi pada proses bisnis adalah :

1. Dimensi keuangan
2. Dimensi pelanggan
3. Dimensi proses bisnis internal
4. Dimensi learning and growth.

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif.

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel [1]	Ukuran [2]	Indikator [3]	Ukuran [4]	Skala [5]	Nomor Kuisisioner [6]
SMS (Store Management System) (variabel X)	Software atau perangkat lunak merupakan perintah (program komputer) yang bila dieksekusi memberikan fungsi dan unjuk kerja yang diinginkan Perangkat lunak ini merupakan catatan bagi mesin untuk menyimpan	1. <i>Correctness</i> (Kebenaran)	Tingkat terpenuhinya spesifikasi kerja yang didapat dari penggunaan <i>software</i> SMS.	Ordinal	1
			Tingkat terpenuhinya <i>mission objective</i> dari perusahaan.	Ordinal	2,3
		2. <i>Reability</i> (Keakuratan)	Tingkat ketelitian <i>software</i> SMS dalam mengolah data perusahaan.	Ordinal	4
			Tingkat kesalahan dalam penggunaan <i>software</i> SMS.	Ordinal	5
			Tingkat keakuratan informasi yang dihasilkan dari pengolahan data melalui fungsi-fungsi yang dijalankan <i>software</i> SMS.	Ordinal	6
		3. <i>Efficiency</i> (Keefisienan)	Tingkat terpenuhinya sumber daya komputasi / <i>hardware</i> yang menunjang kinerja <i>software</i> SMS.	Ordinal	7,8
			Tingkat kesulitan pengkodean program <i>software</i> SMS.	Ordinal	9
			Tingkat keamanan akses <i>software</i> SMS.		

	perintah, maupun dokumen serta arsip lainnya. Roger Pressman (2002:10).	4. <i>Integrity</i> (Keamanan)		Ordinal	10
			Tingkat keamanan data perusahaan yang diolah dan dihasilkan <i>software</i> SMS.	Ordinal	11
		5. <i>Usability</i> (Kegunaan)	Tingkat kemudahan dalam mempelajari <i>software</i> SMS.	Ordinal	12
			Tingkat kemudahan dalam mempelajari <i>software</i> SMS.	Ordinal	13
			Tingkat kemudahan dalam menyiapkan input untuk diproses pada <i>software</i> SMS.	Ordinal	14
			Tingkat kemudahan dalam mengartikan <i>output software</i> SMS	Ordinal	15
Proses Bisnis (variabel Y)	Proses bisnis adalah kumpulan dari banyak proses dan aktifitas. Meidi Wibowo (2006:153).	1. Keuangan	Tingkat pengendalian <i>sales</i> yang ditetapkan perusahaan dengan bantuan data dari hasil penggunaan <i>software</i> SMS.	Ordinal	1
			Tingkat penjualan tiap bulan yang didapat dari data <i>software</i> SMS	Ordinal	2
			Tingkat efisiensi biaya produksi (<i>cost</i> dibanding <i>sales</i>) dengan bantuan <i>software</i> SMS.	Ordinal	3
			Tingkat pencapaian profit dengan menggunakan <i>software</i> SMS	Ordinal	4
		2. Pelanggan	Tingkat daya beli konsumen akan suatu produk berdasarkan data yang didapat dari penggunaan <i>software</i> SMS.	Ordinal	5
			Tingkat kepuasan pelanggan berdasar <i>output</i> data dari <i>software</i> SMS.	Ordinal	6
			Tingkat pencapaian informasi keluhan pelanggan.	Ordinal	7
			Tingkat keberhasilan perusahaan dalam <i>penetration level market</i> dengan menggunakan <i>software</i> SMS.	Ordinal	8
		3. Proses bisnis	Tingkat kelebihan <i>software</i> SMS dalam proses produksi	Ordinal	9
			Tingkat pelanggaran SOP dalam pelaksanaan penjualan sehari-hari menggunakan <i>software</i> SMS.	Ordinal	10
			Tingkat kecepatan proses produksi dan inventory dengan bantuan <i>software</i> SMS.	Ordinal	11
			Tingkat pengendalian deviasi produk dengan penggunaan <i>software</i> SMS	Ordinal	12
			Tingkat kepuasan karyawan dilihat dari data <i>software</i> SMS.	Ordinal	13

		4. Pertumbuhan dan Perkembangan	Tingkat pemenuhan data untuk kompetensi antar karyawan dengan menggunakan <i>software</i> SMS.	Ordinal	14
			Tingkat pengeluaran biaya dalam proses bisnis dengan menggunakan <i>software</i> SMS.	Ordinal	15
			Tingkat kelebihan penggunaan <i>software</i> SMS dalam hal penjadwalan kerja.	Ordinal	16

3.1 Metode Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah para manager yang menggunakan *SoftwareSMS (Store management System)* di McDonald's untuk mengetahui bagaimana tanggapannya tentang penggunaan *SoftwareSMS (Store management System)*.

Dari hasil penelitian ternyata populasi manager di McDonald's Kota Bandung berjumlah 56 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009:122) adalah sebagai berikut:

“Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

Berdasarkan teknik pengambilan sampel di atas dengan menggunakan teknik *sampling* Jenuh dari jumlah populasi sebanyak 56 orang, maka yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 56 orang.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Variabel *Software Store Management*

Tabel 2

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
<i>Correctness</i> (kebenaran)	721	840	85,83%	Sangat Baik
<i>Reliability</i> (ketelitian)	696	840	82,86%	Baik
<i>Efficiency</i> (Keefisienan)	714	840	85%	Sangat Baik
<i>Integrity</i> (Keamanan)	459	560	81,96%	Baik
<i>Usability</i> (Kegunaan)	948	1120	84,64%	Sangat baik

Total	3538	4200	84,24%	Sangat Baik
--------------	-------------	-------------	---------------	--------------------

Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Variabel *Software Store Management System* (SMS)

Sumber : Data hasil Kuisisioner (2011)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap Implementasi *Software Store Management System* (SMS) di McDonald's Kota Bandung berdasarkan jawaban responden terhadap indikator kualitas software menurut Mc Call adalah sebesar 84,24 %, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah sangat baik, karena 84,24 % itu dalam tabel 4.5 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 84,02– 100 dinyatakan **sangat baik**.

4.2 Variabel Proses Bisnis

Tabel 3

Deskripsi Tanggapan Responden Untuk Variabel Proses Bisnis

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor aktual	Kriteria
Keuangan	964	1120	86,07%	Sangat Baik
Pelanggan	936	1120	83,57%	Sangat Baik
Proses Bisnis Internal	937	1120	85,66%	Sangat Baik
Pertumbuhan dan Perkembangan	948	1120	84,64%	Sangat Baik
Total	3785	4480	84,49%	Sangat Baik

Sumber : Data hasil Kuisisioner (2011)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap proses bisnis yang terjadi di McDonald's Kota Bandung berdasarkan jawaban responden terhadap indikator proses bisnis menurut Meidi Wibowo adalah sebesar 84,49 %, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah sangat baik, karena 84,49% itu dalam tabel 4.5 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 84,02 – 100 dinyatakan **sangat baik**.

4.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R-square) merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi

Tabel 4

Koefisien Determinasi Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,963(a)	,928	,927	2,87487

a Predictors: (Constant), Software_SMS

b Dependent Variable: Proses_Bisnis

Melalui data pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,963 jadi kedekatan hubungan variabel *Software Store Management System* (SMS) dengan Proses Bisnis yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,963. Artinya terdapat hubungan yang erat atau sangat kuat antara *Software Store Management System* (SMS) dengan proses Bisnis. Selain koefisien korelasi (R), pada tabel diatas juga dapat ditemukan nilai R-square 0,928 yang dikenal dengan istilah koefisien determinasi (KD), dimana :

$$\begin{aligned}
 Kd &= r_{yx}^2 \times 100 \% \\
 &= (0,963)^2 \times 100 \% \\
 &= 0,927369 \times 100 \% \\
 &= 92,73 \%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan koefisien determinasi di atas, maka dapat disimpulkan besarnya presentase dampak *Software Store Management System* (SMS) terhadap Proses Bisnis sebesar 92,73%. Sisanya 7,27% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

4.4 Hasil Analisis Dan Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel apakah terdapat hubungan yang erat atau saling berperan, antara variabel bebas yaitu *Software Store Management System* (SMS) dan variabel terikat Proses Bisnis, maka dilakukan uji hipotesis nol dimana:

Ho : $\rho = 0$, *Software Store Management System* (SMS) tidak berdampak terhadap Proses Bisnis pada McDonald's Kota Bandung.

H1 : $\rho \neq 0$, *Software Store Management System* (SMS) berdampak terhadap Proses Bisnis pada McDonald's Kota Bandung.

Untuk menguji hipotesis yang di atas, menurut Sugiyono (2009:312) mengatakan bahwa:

Bila sampel lebih besar dari 25, maka distribusinya akan mendekati distribusi normal digunakan uji Z

Dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 56 orang, maka untuk melakukan pengujian hipotesis di atas, dilakukan dengan cara Pengujian menggunakan Uji Z.

Untuk menentukan z_{hitung} digunakan rumus sebagai berikut:

$$z = r_s \sqrt{n-1} \text{ Scorecard, Key performance index.}$$

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan identifikasi masalah yang ingin dikaji, tujuan penelitian yang ingin dicapai, hipotesis yang ingin diteliti, serta hasil-hasil pengolahan data dan analisisnya, maka peneliti memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Implementasi *Software Store Management System* (SMS) sudah baik. Hanya saja infrastruktur yang digunakan dalam mendukung *Software Store Management System* (SMS) masih perlu pembaharuan, karena masih terdapat beberapa infrastruktur yang belum tersedia.
2. Tanggapan responden terhadap kualitas *Software Store Management System* (SMS), dikategorikan BAIK berdasarkan hasil dari perhitungan skor aktual yaitu sebesar 84,24%
3. *Software Store Management System* (SMS) yang sedang berjalan pada McDonald's Kota Bandung, dapat dikatakan berdampak dalam meningkatkan proses bisnis di McDonald's Kota Bandung. Hal tersebut terlihat pada rekapitulasi dari jawaban responden akan kuesioner yang disebarkan pada umumnya responden dominan memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada kemudahan-kemudahan yang di berikan *Software Store Management System* (SMS).
4. Dampak mengenai proses bisnis setelah adanya *Software Store Management System* (SMS), dikategorikan SANGAT BAIK berdasarkan hasil dari perhitungan skor aktual yaitu sebesar 84,49 %

5.2 Saran

Adapun saran yang diberikan berdasarkan kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Untuk selanjutnya proses analisis dapat mencakup semua dimensi yang mempengaruhi kualitas *software*, sehingga proses analisis yang dilakukan tidak hanya sebatas sifat operasional *software*.
2. Penulis menyarankan kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengambil di bidang yang sama agar mencantumkan indikator proses bisnis yang lainnya.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Andi Offset.Yogyakarta.
- Amirullah Imam Hardjanto. 2005. *Pengenalan Bisnis*. Grafindo. Jakarta.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2001. *Proses Bisnis*. Salemba Empat.Jakarta.
- [http://www.id.wikipedia/20 Juli 2011. Balanced](http://www.id.wikipedia/20%20Juli%202011.Balanced) Scorecard, Key performance index.
- Jonathan Sarwono. 2006. *Panduan Cepat dan Mudah SPSS 14*. Andi Yogyakarta.
- Jonathan Sarwono. 2005. Riset Pemasaran Dengan SPSS 15.0 Penerbit ANDI.Yogyakarta
- Meidi Wibowo. 2005. *Pengenalan Proses Bisnis*.Alfabeta. Jakarta.
- Meidi Wibowo. 2006. *Balanced ScoreCard*.Alfabeta. Jakarta.
- Roger S.Pressman, Ph.D 2002. *Rekayasa Perangkat Lunak*. Andi Yogyakarta.
- Robert S.Kaplan David P.Norton 2000.*Balanced Scorecard* (BSC).
- Sugiyono.2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Universitas Komputer Indonesia Bandung.